

**300 planes de negocio**

**Plan de negocio**  
**TIENDA DE ARTÍCULOS DE**  
**DECORACIÓN E INTERIORISMO**

**Sector de Comercio**

Datos de 2006



**UNIÓN EUROPEA**  
Fondo Europeo de  
Desarrollo Regional

*Una manera de hacer Europa*

Este documento es una de las medidas llevadas a cabo dentro de la Red de Emprendedores de los Montes de Granada, que se integra en el proyecto TEMA (Proyecto integrado de desarrollo sostenible de los TERRITORIOS DE MONTAÑA en la provincia de Granada) - Proyectos cofinanciados por el Fondo Europeo de Desarrollo Regional en un 70%, en el marco del Programa operativo de Andalucía 2007 - 2013, con cargo a la convocatoria de 2007 de la Secretaría de Estado de Cooperación Local, para la cofinanciación de proyectos de desarrollo local y urbano-.

## 1. DESCRIPCIÓN DEL NEGOCIO

---

En materia de decoración existe una gran variedad de negocios: desde tiendas hasta estudios de interiorismo. El negocio que se propone en este proyecto se trata de un estudio de interiorismo con una pequeña tienda integrada que vende artículos decorativos.

### 1.1. Aspectos jurídicos específicos a considerar en la creación del negocio

Hay que distinguir la legislación aplicable al estudio de decoración y la aplicable a la tienda. Para el primero existe una norma para regular las facultades de los decoradores:

- Real Decreto 902/1977, de 1 de abril, por el que se regulan las facultades profesionales de los decoradores.

Para la tienda hay que observar la normativa que hace referencia al comercio minorista. Esta normativa se recoge principalmente en:

- Ley 7/1996, de 15 de enero, de Ordenación del Comercio Minorista.
- Ley 2/1996, de 15 de enero, complementaria de la de Ordenación del Comercio Minorista.
- Ley 47/2002, de 19 de diciembre, de reforma de la Ley 7/1996, de 15 de enero, de Ordenación del Comercio Minorista, para la transposición al ordenamiento jurídico español de la Directiva 97/7/CE, en materia de contratos a distancia, y para la adaptación de la Ley a diversas Directivas comunitarias.
- Ley 1/1996, de 10 de enero, de Comercio Interior de Andalucía.

Además, los estudios de decoración, al igual que cualquier otra empresa, están obligados a cumplir la legislación existente en materia de Prevención de Riesgos Laborales:

- Ley de Prevención de Riesgos Laborales 31/1995, de 8 de noviembre.

- Real Decreto 39/1997, de 17 de enero, por el que se aprueba el Reglamento de los Servicios de Prevención.
- Real Decreto 486/1997, de 14 de abril, por el que se establecen las disposiciones mínimas de seguridad y salud en los lugares de trabajo.
- Real Decreto 485/1997, de 14 de abril, sobre disposiciones mínimas en materia de señalización de seguridad y salud en el trabajo.
- Real Decreto 2177/1996, de 4 de octubre, por el que se aprueba la Norma Básica de Edificación "NBE-CPI/96: Condiciones de protección contra incendios de los edificios".

## 1.2. Perfil del emprendedor

Este tipo de negocio debe ser abordado por personas interesadas en el sector de la decoración de interiores, con experiencia y que hayan adquirido cierta formación o deseen formarse.

El servicio que se pretende dar es más amplio que la simple venta de elementos decorativos, por ello, el emprendedor debe ser una persona creativa, con capacidad negociadora, de servicio al cliente y con buenas dotes comerciales.

## 2. ANÁLISIS DEL MERCADO

---

### 2.1. El sector

Según el Instituto Nacional de Estadística, más de 50.000 empresas prestan servicios en actividades de fotografía, envasado y empaquetado, secretaría, reprografía y traducción, diseño no industrial, decoración de interiores, organización de ferias y congresos, etc.

La única nota común a todas esas empresas, dada la heterogeneidad del sector, es que la mayor parte de ellas son pequeñas, tienen menos de 10 empleados.

En los últimos años se ha incrementado la demanda de servicios de interiorismo. Por una parte, los particulares se preocupan cada vez más de mejorar las condiciones de comodidad y estética de su vivienda. De otra, las empresas tratan de ofrecer una imagen propia a través de la decoración de sus locales comerciales. E incluso, empresas del sector público integran la cartera de clientes de estudios de interiorismo. Esto se debe a un aumento en el poder adquisitivo y al aumento de la importancia de ofrecer una buena imagen de las instalaciones tanto particulares como comerciales.

Actualmente este sector tiende, además, hacia la especialización. Algunas empresas ofrecen sus servicios a todo tipo de clientes, sin embargo las hay, cada vez más, que centran sus servicios en algún segmento concreto como, por ejemplo, pequeños locales comerciales, estudios particulares, hoteles, etc.

Por otra parte, las familias españolas gastan una media de cerca de 400 euros en muebles al año. Este consumo per cápita de mobiliario en España, aunque ha ido mejorado, sigue siendo bajo con respecto a la media comunitaria.

El problema que, según los especialistas del sector, existe actualmente es el elevado intrusismo por parte de personas que prestan servicios de decoración sin tener ninguna formación relacionada y sin estar colegiado. Esto influye de forma negativa en la cuota de negocio de los profesionales que ven disminuidos sus ingresos.

## 2.2. La competencia

Al mismo tiempo que crece el sector también crece la competencia. En el análisis de ésta competencia, podemos destacar:

- **Otros estudios de decoración** en los que la tienda que incluyen les sirva como reclamo para la captación de nuevos proyectos. Estos constituirán la competencia directa del negocio aquí propuesto, puesto que cuentan con una clientela fija.
- **Empresas de muebles y decoración.** Se dedican principalmente a la venta de muebles aunque muchas de ellas asesoran en cuanto a temas de decoración.
- **Las cadenas de franquicias** de gran tamaño que ofrecen una oferta muy amplia de artículos para el hogar así como aquellas dedicadas a la decoración de interiores.
- **Estudios de decoración (sin tienda)**, dedicados exclusivamente a la realización de proyectos de planificación y diseño de interiores para particulares y empresas.
- **Estudios de arquitectura con un departamento de decoración:** Ofrecen como actividad complementaria servicios de decoración e interiorismo.

Serán también competencia, aunque no directa:

- *Las fábricas de muebles* con venta al público general, tiendas de tejidos y decoración del hogar, etc.
- También serán competencia las *tiendas de antigüedades*, aunque se dirigen a un público más exclusivo.
- *Grandes almacenes y establecimientos comerciales especializados* (almacenes de baños y cocinas, de los parkings, etc.). Estos establecimientos se dedican a la venta minorista, si bien suelen estar integrados por personas con formación en temas de decoración e interiorismo con el objetivo de ofrecer un servicio integral al cliente.
- Otro grupo de competidores, son las *grandes superficies, grandes almacenes*, como El Corte Inglés, Carrefour, etc. que cuentan con departamentos de muebles, telas y otros artículos para la decoración.

### 2.3. Clientes

El cliente al que va dirigido este negocio estará integrado tanto por particulares que desean decorar su hogar como por empresas que desean crear o cambiar la imagen de su local comercial.

El negocio propuesto va dirigido a todas aquellas personas dispuestas a realizar un desembolso en acondicionar su hogar o local, ampliar la decoración, redecorarlo o darse el capricho simplemente de comprar algún detalle, para uso propio o para hacer un regalo a otra persona.

### 3. LÍNEAS ESTRATÉGICAS

---

La estrategia que se desea conseguir en el negocio es la especialización en el sector de la decoración, de tal forma que el cliente pueda encontrar todo lo que desee para decorar su hogar.

Algunas líneas que existen en el sector:

#### **1. Cuidar la relación calidad-precio.**

Es muy importante que los materiales utilizados a la hora de llevar a cabo el proyecto sean de calidad pero sin exceder demasiado el precio de venta.

Por otra parte, esta línea también debe ser considerada en la tienda puesto que, además, muchos de los productos de ésta serán los utilizados para el proyecto de decoración.

También habrá que tener en cuenta que en este tipo de negocio lo mejor es diferenciarse vía calidad y diseño, por lo que primarán estos elementos sobre el coste de los materiales a la hora de adquirirlos.

#### **2. Concepto de negocio innovador y vanguardista.**

Para diferenciarse de la competencia hay que intentar ofrecer líneas modernas e innovadoras en el servicio ofrecido. Para ello, lo más recomendable es acudir a las ferias que se organizan en el sector además de consultar las revistas especializadas en estos temas.

#### **3. Especialización.**

Existen empresas que se han especializado en la prestación de servicios inmobiliarios, gestionando la apertura de un nuevo local o reforma de una oficina. Su gestión abarca desde la localización del local, solicitud de licencias, etc. hasta el diseño y acondicionamiento de las instalaciones.

En los últimos años, también han aparecido tiendas especializadas en la decoración infantil y juvenil, como la cadena de franquicias Luna Lunera; o especializadas en decorar oficinas; jardines, etc.

#### **4. Optar por la franquicia.**

Actualmente existe una gran oferta de empresas franquiciadoras. Las ventajas, entre otras, son la formación, el concepto de negocio, la imagen de marca, etc. Sin embargo, el desembolso inicial suele ser mayor debido al canon de entrada que hay que pagar.

#### **5. Prestación profesional del servicio y atención personalizada.**

Los clientes de este tipo de negocios suelen valorar mucho que los proyectos de interiorismo cumplan con la calidad esperada y con los plazos pactados. Para ello es muy importante que el personal que integre la plantilla de la empresa sea muy profesional y metódico, a la vez que creativo. Además, en esta línea se hace muy importante una buena planificación de los proyectos.

Es imprescindible así mismo ofrecer un buen servicio post-venta.



## 4. PLAN COMERCIAL

---

### 4.1. Artículos y desarrollo de las actividades

Para este negocio hay que distinguir entre los servicios que se ofrecen y los productos que se comercializan en la tienda.

#### **PRODUCTOS DE LA TIENDA**

El establecimiento contará con una amplia variedad de artículos, dirigidos a la decoración del hogar. Entre ellos:

- Muebles de distintos diseños, diferentes maderas y materiales entre los que se encontrarán: mesas y sillas, baúles, cabezales, biombos, cajoneras, etc. Se tratará de una pequeña gama de muebles, pues el estudio lo que integra es una tienda modesta que suministrará sólo algunos artículos, que además serán empleados en los proyectos de interiorismo. El resto del mobiliario necesario, si no lo pone el cliente, se subcontratará con otra empresa.
- Telas para cortinas, sofás, etc.
- Alfombras.
- Lámparas.
- Cuadros, láminas.
- Artículos de regalo para complementar la decoración.
- Papel pintado.
- Menaje: vajillas, ensaladeras, etc.

#### **SERVICIOS DEL ESTUDIO**

Entre los servicios que puede ofrecer un estudio de decoración como el que aquí se propone, podemos citar los siguientes:

- Proyectos de arquitectura de interiores y decoración. Estos incluirán la distribución de espacios, puntos de luz, diseño de ambientes, iluminación, colorido, elección de mobiliario y textil, pintura de paredes (incluyendo también el papel pintado),

distribución de los elementos decorativos (hay que intentar que la mayoría de ellos sean adquiridos en nuestra propia tienda).

- Asesoría de diseño en locales comerciales y viviendas.
- Servicios a empresas inmobiliarias, como la elaboración de planos.

Además, será fundamental contar con la colaboración de carpinteros, albañiles, pintores, tapiceros, barnizadores, electricistas, cristaleros, ebanistas, etc., profesionales que podrán complementar el servicio que se ofrece a los clientes. La contratación de éstos puede hacerla el mismo cliente o nuestro estudio.

Estos servicios formarán parte de un proceso que se estructura en las siguientes fases:

- *Entrevista con el cliente.* En esta fase lo primordial será la obtención de la siguiente información:
  - o Estilo de vida del particular o imagen del negocio en caso de ser una empresa.
  - o Gustos de la persona que contrata los servicios (en el caso de las empresas éstas suelen dejarlo plenamente en manos de los decoradores, introduciendo muy pocos cambios).
  - o Presupuesto del usuario.
- *Mediciones* del lugar en el que se va a llevar a cabo el proyecto decorativo.
- Conjugación de los datos obtenidos en las anteriores fases y elaboración del estudio del proyecto.
- Anteproyecto, que se le presentará al cliente para que éste introduzca los cambios que estime oportunos.
- Proyecto final resultante.
- Ejecución de la obra.

También es preciso destacar que la elección de los proveedores es una cuestión muy importante para mantener una amplia oferta y novedosa.

## 4.2. Precios

En este sector la fijación de precios goza de relativa libertad, si bien hay que tener muy en cuenta a la competencia. Cada proyecto tendrá un precio dependiendo de las características que presente, su complejidad, los materiales necesarios, etc. Los decoradores suelen cobrar un porcentaje sobre el montante final de una obra de interiorismo que suele oscilar entre el 10 y el 30%.

En estos negocios es preferible destacar por calidad y servicio que por bajos precios.

Para la tienda, habrá que hacer un buen estudio de los proveedores y elegir aquellos que nos ofrezcan mejor calidad-precio. Los precios vendrán dados por los precios de mercado.

### 4.3. Comunicación

Es fundamental, al inicio de todo negocio, darse a conocer, atraer a los clientes al local. Para ello, deberán tenerse en cuenta distintas variables.

- Además de la ubicación, es importante que el local destinado a la tienda tenga una imagen adecuada, para que el cliente se sienta atraído y tentado a pasar al interior. En este sector, las ventas complementarias a los muebles, en decoración, se producen muchas veces por impulso. Así, son elementos importantes:
  - El letrero o rótulo del negocio
  - La puerta de entrada
  - Los escaparates
  - El suelo y paredes
  - La disposición de artículos debe ser tal que permita la movilidad del consumidor a la hora de realizar la compra.
- Es conveniente contar con un catálogo y con folletos para los clientes, que se renovarán por temporadas. Se pueden enviar por correo a los clientes fieles.
- En este sector suele ser habitual anunciarse en directorios de empresas (Páginas Amarillas, QDQ, etc.) así como en prensa local.
- Campañas de publicidad dentro de revistas del sector tales como: Nuevo Estilo, Mi Casa, El Mueble, Casa y Jardín, etc.
- Aprovechar las nuevas tecnologías puede ser oportuno. Si el/la emprendedor/a cuenta con presupuesto es recomendable el diseño de una página web propia, para llegar a un público habituado al uso de Internet.
- El "boca a boca" es el elemento de comunicación más efectivo del negocio. Los clientes satisfechos con su compra y el servicio dado repetirán y traerán nueva clientela.

## 5. ORGANIZACIÓN Y RECURSOS HUMANOS

---

### 5.1. Personal y tareas

La plantilla inicial para este negocio estará integrada por:

- El emprendedor. Se supondrá en este caso que el emprendedor, además de llevar las funciones de gestión y comerciales propias del puesto de gerente, será la persona con los conocimientos necesarios que llevará a cabo la realización de los proyectos de decoración.
- Un dependiente que se hará cargo de la tienda. Sus funciones consistirán en la decoración de la tienda, funciones comerciales de atención a clientes y venta, reposición de artículos, contacto con proveedores, cobros, etc.

#### HORARIOS

El horario para el estudio será el horario normal de una oficina, mientras que para el de la tienda, el horario de apertura al público debe adaptarse a las demandas de los clientes siempre y cuando no supere las 72 horas semanales limitadas por la Ley del comercio interior de Andalucía. Así se abrirá de lunes a sábado adaptando el horario a las necesidades de la clientela.

## 5.2. Formación

Es preciso que las personas implicadas en este proyecto tengan experiencia en el sector y cierta formación.

En el caso del emprendedor es importante que éste posea alguna de las titulaciones que se ofertan en el ámbito del diseño y de la decoración. Esta oferta formativa existe a varios niveles: ciclos formativos (de grado medio y superior) y estudios superiores. Además, es recomendable registrarse en las asociaciones que existen tanto en Andalucía como en España para este colectivo así como colegiarse en el Colegio Oficial de Decoradores y Diseñadores de Interior de Andalucía.

A parte de ello, es importante que tenga conocimientos en la gestión del negocio, tareas administrativas, contables, informática de gestión, etc. En caso contrario se pueden subcontratar estas tareas.

Para el dependiente de la tienda también es recomendable poseer conocimientos de decoración con el objetivo de poder prestar un asesoramiento más profesional a los clientes de la tienda. Existe una amplia gama de centros en los que se imparten cursos relacionados con el sector, entre ellos:

- Colegio oficial de Arquitectos.
- Colegio oficial de Decoradores.
- Escuelas de Artes y Oficios Artísticos.
- Escuela de Artes Aplicadas.
- Cursos del INEM.

Es muy importante el reciclaje continuo del personal, estar a la última en las novedades del mercado, para lo que es conveniente asistir a las distintas ferias que se organizan en el sector.

A medida que el negocio va creciendo habrá que valorar la posibilidad de incorporar más decoradores a la plantilla para la realización de proyectos.

## 6. PLAN DE INVERSIÓN

---

Para realizar la cuantificación de la inversión necesaria para iniciar el negocio se ha consultado a los principales proveedores del sector. En función de la información facilitada por estas fuentes, la inversión necesaria se desglosa en:

### 6.1. Las instalaciones

#### UBICACIÓN DEL LOCAL

El local debe estar situado en una zona con mucho tránsito (calle comercial o centros comerciales) y nivel adquisitivo medio-alto, con buenos accesos y, a ser posible, lejos de otros estudios de interiorismo (aunque el hecho de que exista una zona con tiendas del sector de la decoración puede ayudar a atraer clientes hacia nuestro negocio).

#### CARACTERÍSTICAS BÁSICAS DE LAS INSTALACIONES

El tamaño del local que se observa en el mercado es muy variado dependiendo, fundamentalmente, de las posibilidades del emprendedor y de la amplitud de la gama de artículos que desee tener en el establecimiento. Para este proyecto consideramos adecuado un local de unos 130 m<sup>2</sup>.

La distribución se hará de la siguiente forma:

- Estudio. Es importante que el espacio destinado al estudio sea amplio y permita unas buenas condiciones de luz y ventilación. Se propone un espacio de unos 30m<sup>2</sup> como mínimo.
- Tienda. Ésta deberá contar con algo más de espacio puesto que lo necesita para la exposición de los productos. Por otra parte, se hace preciso un pequeño almacén donde guardar un stock de seguridad de los productos que más se venden. Para la tienda destinaremos 95m<sup>2</sup>, de los cuales 25m<sup>2</sup> se cubrirán con el almacén.
- Aseos. Los metros cuadrados restantes se acondicionarán para los aseos del personal.

Además, para la tienda es fundamental contar con unos buenos escaparates, grandes y atractivos. Después, en el interior del comercio, hay que lograr la máxima racionalidad del espacio. Para ello, es conveniente:

- Escaparates amplios, donde podrán mostrarse las ofertas y crear estancias, ambientes, como muestra a lo que el cliente encontrará en el interior.
- Los propios artículos que se venden en el negocio forman la decoración del establecimiento, así que su colocación y distribución debe estar bien estudiadas.
- Las paredes estarán cubiertas por estanterías y otros muebles que a la vez, permiten la exposición de los artículos que complementan la oferta de decoración, como jarrones, candelabros, juegos de café, tapices, etc.
- Zona de almacén, en la que se mantendrá un stock de productos con mayor rotación, muestras, etc.

#### COSTES POR ACONDICIONAMIENTO DEL LOCAL

Aquí se incluyen los conceptos relativos a:

- **Acondicionamiento externo:** Rótulos, lunas del escaparate, cierres, etc.
- **Acondicionamiento interno:** Hay que adecuar el local para que se encuentre en condiciones para su uso. Además la ley obliga a incorporar un aseo para uso personal.

Para el acondicionamiento del local habrá que realizar una serie de obras que dependerán del estado en el cuál se encuentre el mismo. De este modo también supondrán un coste a la hora de iniciar la actividad la licencia de obra, la obra y los costes del proyecto.

Estos costes pueden rondar los 25.520,00 € (IVA incluido) aunque esta cifra varía mucho en función del estado en el que se encuentre el local. De este modo, la cantidad anterior puede reducirse en gran medida si el local ya ha sido acondicionado previamente.



## 6.2. Mobiliario y decoración

El diseño y la decoración son claves en este negocio, sobre todo porque lo componen los propios artículos que se venden en el establecimiento. El objetivo es que sean una muestra adecuada del surtido que el cliente puede encontrar a su disposición. Algunos elementos del mobiliario, que no forman parte de artículos para la venta, son:

- Escaparate
- Mostrador
- Estanterías

El coste para esta partida va a depender de los materiales que se usen para éstos elementos, si son de diseño, etc. También se incluirá en esta partida el mobiliario necesario para el despacho o estudio, el cual constará de:

- Mesa de despacho
- Sillón giratorio
- Sillas de confidente
- Mesa de dibujo técnico
- Etc.

Se supone, para no elevar demasiado la inversión inicial, que este gasto será de unos 9.000,00 € (IVA incluido). Esta cantidad será muy superior si los elementos anteriores son de diseño, de materiales especiales, etc.

### 6.3. Adquisición del stock inicial

Para poner en marcha el negocio, deberá realizarse una compra de menaje y artículos de decoración que estarán en exposición y una pequeña parte en almacén. Esta primera compra se muestra en el cuadro que se expone a continuación.

| DESCRIPCIÓN DE LOS ARTÍCULOS                      | CUANTÍA            | IVA               | TOTAL CON IVA      |
|---|--------------------|-------------------|--------------------|
| PRIMERA COMPRA DE MERCANCÍA                       | 15.517,24 €        | 2.482,76 €        | 18.000,00 €        |
| OTROS MATERIALES (Bolsas, material de oficina...) | 600,00 €           | 96,00 €           | 696,00 €           |
| <b>TOTAL</b>                                      | <b>16.117,24 €</b> | <b>2.578,76 €</b> | <b>18.696,00 €</b> |

Esta cuantía dependerá de los proveedores escogidos, del origen de las materias primas, de la calidad del material del que están hechos, etc.

### 6.4. Equipo informático

Para este tipo de negocio es recomendable disponer de TPV compuesto por ordenador, cajón portamonedas y máquina de impresión de tickets y facturas para la tienda. Así mismo, el emprendedor dispondrá de otro equipo informático más las aplicaciones informáticas específicas necesarias para el desarrollo de los proyectos.

El coste de este equipo informático es de, al menos, 3.300,00 € más 528,00 € en concepto de IVA.

## 6.5. Gastos iniciales

Dentro de los gastos iniciales vamos a incluir:

- los gastos de constitución y puesta en marcha.
- las fianzas depositadas.

### GASTOS DE CONSTITUCIÓN

Se incluyen aquí las cantidades que hay que desembolsar para constituir el negocio. Entre estas cantidades se encuentran: Proyecto técnico, tasas del Ayuntamiento (licencia de apertura); contratación del alta de luz, agua y teléfono; gastos notariales, de gestoría y demás documentación necesaria para iniciar la actividad.

Estos gastos de constitución y puesta en marcha, en el caso de iniciar el negocio como autónomo, serán de aproximadamente 1.798,00 € (incluye IVA). Esta cuantía es muy variable de un caso a otro pues dependerá del coste del proyecto técnico, etc. Además, aumentará en el caso de que se decida crear una sociedad.

### FIANZAS DEPOSITADAS

Es frecuente que se pida una garantía o fianza de arrendamiento equivalente a dos meses de alquiler del local, lo que puede rondar los 2.860,00 € (este coste va a depender mucho de las condiciones del local y, sobre todo, de la ubicación del mismo).

## 6.7. Fondo de maniobra

A la hora de estimar el fondo de maniobra se ha considerado una cantidad suficiente para hacer frente a los pagos durante los 3 primeros meses, esto es: Alquiler, sueldos, seguridad social, suministros, asesoría, publicidad, etc.

Además, habría que incluir la cuota préstamo en caso de que la inversión se realizase mediante financiación ajena.

| Pagos Mensuales                | TOTAL CON IVA     |
|--------------------------------|-------------------|
| Alquiler                       | 1.658,80 €        |
| Suministros                    | 174,00 €          |
| Sueldos                        | 2.400,00 €        |
| S.S. trabajador                | 297,00 €          |
| Asesoría                       | 104,40 €          |
| Publicidad                     | 174,00 €          |
| Otros gastos                   | 174,00 €          |
| <b>Total Pagos en un mes</b>   | <b>4.982,20 €</b> |
| Meses a cubrir con F. Maniobra | 3                 |
| <b>FM 3 meses (APROX)</b>      | <b>14.946,60€</b> |

## 6.8. Memoria de la inversión

La inversión inicial necesaria para llevar acabo este proyecto se resume en el siguiente cuadro:

| CONCEPTOS                                 | Total              | IVA               | Total con IVA      |
|---|--------------------|-------------------|--------------------|
| Adecuación del local                      | 22.000,00 €        | 3.520,00 €        | 25.520,00 €        |
| Mobiliario y decoración                   | 7.758,62 €         | 1.241,38 €        | 9.000,00 €         |
| Stock inicial y materiales                | 16.117,24 €        | 2.578,76 €        | 18.696,00 €        |
| Equipo informático                        | 3.300,00 €         | 528,00 €          | 3.828,00 €         |
| Gastos de constitución y puesta en marcha | 1.550,00 €         | 248,00 €          | 1.798,00 €         |
| Fianzas                                   | 2.860,00 €         | 0,00 €            | 2.860,00 €         |
| Fondo de maniobra                         | 14.946,60 €        | 0,00 €            | 14.946,60 €        |
| <b>TOTAL</b>                              | <b>68.532,46 €</b> | <b>8.116,14 €</b> | <b>76.648,60 €</b> |

## 7. ESTRUCTURA DE COSTES

---

### 7.1. Márgenes

Hay que destacar que existe una gran variedad de formas de iniciarse en el sector, debido a los distintos formatos de negocio que existen dedicados a la decoración. Como ya se analizó anteriormente, existen desde empresas dedicadas exclusivamente a la venta de muebles y artículos decorativos hasta pequeños estudios que sólo llevan a cabo proyectos de asesoramiento. Ello hará que la estructura de costes, los ingresos y los resultados de la empresa puedan ser muy distintos, lo cual incide obviamente en los márgenes obtenidos por la empresa.

En este negocio en concreto, existirán dos márgenes diferentes: el proveniente del estudio y el de la comercialización de los artículos de decoración.

#### ➤ MARGEN DEL ESTUDIO

Para obtener este margen habrá que tener en cuenta diversas variables: personal subcontratado para la realización de las obras, materiales utilizados, etc. Además, cada proyecto presentará un margen u otro dependiendo de la complejidad, del personal subcontratado y de los materiales necesarios. Para un estudio de interiorismo, los márgenes comerciales suelen ser pequeños debido a la gran cantidad de gastos variables que hay que soportar.

Según fuentes especializadas del sector, se sabe que los márgenes para un estudio de estas características oscilan entre el 10 y el 30% (que es el porcentaje que se cobra sobre el montante final de la obra). Así pues, para este proyecto se estima un margen medio del 20% sobre los ingresos.

#### ➤ MARGEN DE LA TIENDA

Debido a la variedad de artículos que se venderán en la tienda, cada uno con un margen distinto, se ha estimado un margen medio sobre ventas del 60%. Este margen es equivalente a un margen del 150% sobre el precio de compra. Hay que incidir en que estos márgenes son estimativos pues también dependerán de los proveedores que contratemos para el suministro de la mercancía.

Por otra parte, los ingresos totales del negocio no se reparten a partes iguales entre ambas actividades. Los proyectos de interiorismo suponen un 75% de los ingresos, siendo, por tanto, la actividad principal del negocio, mientras que la comercialización de artículos de decoración va a representar el 25%.

Por lo tanto, el margen medio anual se calculará de la siguiente forma:

| DETERMINACIÓN DEL MARGEN MEDIO       | REPARTO INGRESOS | MARGEN MEDIO | MARGEN TOTAL |
|--------------------------------------|------------------|--------------|--------------|
| Margen proyectos de interiorismo     | 75%              | 20%          | 15%          |
| Margen comercialización de productos | 25%              | 60%          | 15%          |
| <b>MARGEN MEDIO SOBRE INGRESOS</b>   |                  |              | <b>30%</b>   |

## 7.2. Estructura de costes

La estimación de los principales costes mensuales (sin IVA) es la siguiente:

- **Costes variables:**

Coste variable global se ha estimado en un 70% del volumen de los ingresos del mes.

- **Alquiler:**

Para este negocio es necesario contar con un local de unos 130 m<sup>2</sup>. El precio medio va a depender en gran medida de la ubicación y condiciones del local. Para el estudio se ha estimado un precio de 1.430,00 €.

- **Suministros, servicios y otros gastos:**

Aquí se consideran los gastos relativos a suministros tales como: luz, agua, teléfono, etc. También se incluyen servicios y otros gastos (limpieza, consumo de bolsas, material de oficina, etc.). Estos gastos se estiman en unos 150,00 € mensuales.

- **Gastos comerciales:**

Para dar a conocer el negocio y atraer a clientes, tendremos que soportar ciertos gastos comerciales y de publicidad de unos 150,00 € mensuales.

- **Gastos por servicios externos:**

En los gastos por servicios externos se recogen los gastos de asesoría. Estos gastos serán de unos 90,00 € mensuales.

- **Gastos de personal:**

El gasto de personal estará compuesto por:

- El sueldo para el gerente. Sería conveniente que el gerente fuera el propio emprendedor que además de encargarse de tareas administrativas y comerciales, elaborara los proyectos de interiorismo.
- El sueldo de un dependiente, cuya tarea será la de la atención y asesoramiento al cliente en la tienda de artículos decorativos.

Este coste de personal se distribuirá mensualmente del modo siguiente (incluye prorrateadas las pagas extraordinarias):

| Puesto de trabajo                 | Sueldo / mes      | S.S. a cargo empresa | Coste mensual     |
|-----------------------------------|-------------------|----------------------|-------------------|
| Gerente<br>(emprendedor autónomo) | 1.500,00 € (*)    | 0,00 €               | 1.500,00 €        |
| Dependiente                       | 900,00 €          | 297,00 € (**)        | 1.197,00 €        |
| <b>TOTAL</b>                      | <b>2.400,00 €</b> | <b>297,00 €</b>      | <b>2.697,00 €</b> |

(\*) Incluye la cotización a la Seguridad Social en régimen de autónomo.

(\*\*) Seguridad Social a cargo de la empresa por el empleado en Régimen General contratado a tiempo completo.

- **Otros gastos:**

Contemplamos aquí una partida para otros posibles gastos no incluidos en las partidas anteriores. La cuantía estimada anual será de 1.800,00 € anuales por lo que su cuantía mensual será de 150,00 €.

▪ **Amortización:**

La amortización anual del inmovilizado material se ha estimado del modo siguiente:

| CONCEPTO                 | Inversión   | % Amortización | Cuota anual Amortización |
|--------------------------|-------------|----------------|--------------------------|
| Adecuación del local (*) | 22.000,00 € | 10 %           | 2.200,00 €               |
| Mobiliario y decoración  | 7.758,62 €  | 20 %           | 1.551,72 €               |
| Equipo informático       | 3.300,00 €  | 25 %           | 825,00 €                 |
| <b>TOTAL ANUAL</b>       |             |                | <b>4.576,72 €</b>        |

(\*) La amortización de la adecuación del local se ha realizado en 10 años.

El plazo de amortización de la adecuación del local sería el correspondiente a su vida útil pudiéndose aplicar las tablas fiscales existentes para ello. No obstante, dado que se ha supuesto que el local será en régimen de alquiler, dicha vida útil queda condicionada al plazo de vigencia del contrato de alquiler si este fuera inferior a aquélla.

Además, habría que incluir la amortización de los gastos a distribuir en varios ejercicios (gastos de constitución y puesta en marcha):

| CONCEPTO                                 | Inversión  | % Amortización | Cuota anual Amortización |
|--|------------|----------------|--------------------------|
| Gastos a distribuir en varios ejercicios | 1.550,00 € | 33,3 %         | 516,67 €                 |
| <b>TOTAL ANUAL</b>                       |            |                | <b>516,67 €</b>          |



### 7.3. Cálculo del umbral de rentabilidad

El umbral de rentabilidad es el punto donde los ingresos son iguales a los gastos; a partir de este punto el negocio comienza a dar beneficio.

Este umbral se ha calculado del modo siguiente:

- **Ingresos:** Estos ingresos vendrán dados por las ventas y la prestación de servicios de interiorismo.
- **Gastos:** Estarán compuestos por los costes variables (se ha supuesto un coste variable medio del 70% de los ingresos) y la suma de: Alquiler, suministros, servicios y otros, gastos comerciales, servicios externos, gastos de personal, amortización y otros gastos.

| Gastos                                   | CUNTÍA              |
|--|---------------------|
| Alquiler                                 | 17.160,00 €         |
| Suministros                              | 1.800,00 €          |
| Sueldos                                  | 28.800,00 €         |
| S.S. trabajador                          | 3.564,00 €          |
| Asesoría                                 | 1.080,00 €          |
| Publicidad                               | 1.800,00 €          |
| Otro gastos                              | 1.800,00 €          |
| Amortización del inmovilizado material   | 4.576,72 €          |
| Gastos a distribuir en varios ejercicios | 516,67 €            |
| <b>Total gastos fijos estimados</b>      | <b>61.097,39 €</b>  |
| <b>Margen bruto medio sobre ingresos</b> | <b>30 %</b>         |
| <b>Umbral de rentabilidad</b>            | <b>203.657,97 €</b> |

(\*) Para calcular el umbral se toman los gastos sin IVA.

Esto supondría una facturación anual de 203.657,97 euros. Por tanto, la facturación media mensual para mantener el negocio es de 16.971,50 euros.

## 8. FINANCIACIÓN

---

Obtener el dinero para iniciar el negocio es una de las principales cuestiones que habrá que resolverse.

Para financiar este negocio existen varias opciones: Financiación propia, subvenciones, préstamos... Cuál será la mejor de ellas va a depender de las condiciones del emprendedor que vaya a poner en marcha el negocio.

## 9. ANÁLISIS ECONÓMICO Y FINANCIERO

### 9.1. Balance de situación inicial

El balance de situación inicial sería el que se muestra a continuación:

| ACTIVO                  | Euros              | PASIVO              | Euros              |
|-------------------------|--------------------|---------------------|--------------------|
| Adecuación del local    | 22.000,00 €        | Fondos Propios      | FP                 |
| Mobiliario y decoración | 7.758,62 €         | Fondos Ajenos       | FA                 |
| Equipo informático      | 3.300,00 €         |                     |                    |
| Gastos de constitución  | 1.550,00 €         |                     |                    |
| Fianzas                 | 2.860,00 €         |                     |                    |
| Mercancía y materiales  | 16.117,24 €        |                     |                    |
| Tesorería (*)           | 14.946,60 €        |                     |                    |
| IVA soportado           | 8.116,14 €         |                     |                    |
| <b>Total activo</b>     | <b>76.648,60 €</b> | <b>Total pasivo</b> | <b>76.648,60 €</b> |

(\*) Se consideran 14.946,60 € como fondo de maniobra.

### 9.2. Estimación de resultados

Para realizar la previsión de ingresos se han supuesto tres posibles niveles de actividad:

|   | Prev. 1          | Prev. 2          | Prev. 3          |
|---|------------------|------------------|------------------|
| <b>Ingresos</b>                                   | 190.000,00       | 220.000,00       | 250.000,00       |
| <b>Costes variables</b> (Ingresos x 70%)          | 133.000,00       | 154.000,00       | 175.000,00       |
| <b>Margen bruto</b> (Ingresos - Costes variables) | <b>57.000,00</b> | <b>66.000,00</b> | <b>75.000,00</b> |

La previsión de resultados para el negocio es la siguiente:

| PREVISIÓN DE RESULTADOS                             | Prev. 1           | Prev. 2          | Prev. 3          |
|---|-------------------|------------------|------------------|
| INGRESOS  | 190.000,00        | 220.000,00       | 250.000,00       |
| COSTES VARIABLES                                    | 133.000,00        | 154.000,00       | 175.000,00       |
| <b>MARGEN BRUTO</b>                                 | <b>57.000,00</b>  | <b>66.000,00</b> | <b>75.000,00</b> |
| <b>GASTOS DE ESTRUCTURA:</b>                        |                   |                  |                  |
| GASTOS DE EXPLOTACIÓN                               |                   |                  |                  |
| Alquiler  | 17.160,00         | 17.160,00        | 17.160,00        |
| Suministros, servicios y otros gastos               | 1.800,00          | 1.800,00         | 1.800,00         |
| Otros gastos  | 1.800,00          | 1.800,00         | 1.800,00         |
| GASTOS DE PERSONAL (1)                              |                   |                  |                  |
| Salarios + SS                                       | 32.364,00         | 32.364,00        | 32.364,00        |
| GASTOS COMERCIALES                                  |                   |                  |                  |
| Publicidad, promociones y campañas                  | 1.800,00          | 1.800,00         | 1.800,00         |
| GASTOS POR SERVICIOS EXTERNOS                       |                   |                  |                  |
| Asesoría  | 1.080,00          | 1.080,00         | 1.080,00         |
| AMORTIZACIONES                                      |                   |                  |                  |
| Amortización del Inmovilizado                       | 4.576,72          | 4.576,72         | 4.576,72         |
| GASTOS A DISTRIBUIR EN VARIOS EJERCICIOS            |                   |                  |                  |
| Gastos a distribuir en varios ejercicios            | 516,67            | 516,67           | 516,67           |
| <b>TOTAL GASTOS DE ESTRUCTURA</b>                   | <b>61.097,39</b>  | <b>61.097,39</b> | <b>61.097,39</b> |
| <b>RESULTADO antes de intereses e impuestos (2)</b> | <b>- 4.097,39</b> | <b>4.902,61</b>  | <b>13.902,61</b> |

(1) El gasto de personal estará integrado por el sueldo para la persona que gestione el negocio y el sueldo de un trabajador a tiempo completo, a lo que se le suma la Seguridad Social a cargo de la empresa.

(2) Si la inversión se afronta mediante financiación ajena, habrá que sumar a los costes los intereses de dicha financiación. Estos intereses no han sido introducidos en la cuenta de resultados puesto que dependerán de los recursos de los que dispongan las personas concretas que vayan a emprender el negocio.